NOVEMBER/DECEMBER 2025

23UBA21 — MARKETING MANAGEMENT

Time : Three hours Maximum : 75 marks

Shanmuga Industries Arts & Science College T.V.Malai

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. Define marketing environment.
   சந்தையிடுகை சூழல் வரையறுக.

2. Which P of the marketing mix is most important and why?
   சந்தையிடுகை கலவையில் எந்த P மிகவும் முக்கியமானது? ஏன்?

3. What is the importance of market segmentation?
   சந்தை பிரித்தலின் முக்கியத்துவம் என்ன?

4. Which targeting strategy is most effective for startups?
   தொடக்கநிலை வணிகத்திற்கு எந்த இலக்கு உத்தி செயல்திறன் மிக்கது?

5. Define physical distribution.

வழங்கல் வழி வரையறுக.

6. Which channel is more suitable for FMCG products?

எப் எம் சி ஜி பொருட்களுக்கு எந்த வழங்கல் வழி பொருத்தமானது?

7. What is electronic media?

மின்னனு ஊடகம் என்றால் என்ன?

8. Extend your views on content marketing.

உள்ளடக்க சந்தைப்பிடுகை பற்றிய உனது பார்வையினை கூறுக.

9. Who is a salesperson?

விற்பனையாளர் யார்?

10. Explain performance – based compensation.

செயல்திறன் அடிப்படையிலான இழப்பீடு விவரி.

19. Design a digital marketing mix for a new clothing brand.

புதிய ஆடை பிராண்டிற்கு டிஜிட்டல் சந்தையிடுகை கலவையினை வடிவமைப்பு செய்க.

20. Analyze the strengths and weaknesses of personal selling.

தனிப்பட்ட விற்பனையின் வலிமை மற்றும் பலவினங்களை ஆய்வு செய்க.

———————

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Apply the concept of 4Ps to market a new smart phone.

புதிய ஸ்மார்ட் போனிற்கான 4Pக்கள் கருத்துப் -படிவத்தினை பயன்படுத்துக.

Or

(b) Differentiate between micro and macro environment.

நுண்ணிய மற்றும் பேரளவு சூழல் வேறுபடுத்துக.

12. (a) Suggest a suitable segmentation criteria for an automobile company.

ஆட்டோ மொபைல் நிறுவனத்திற்கான சரியான சந்தைப்பிரிப்பினை பரிந்துரை செய்க.

Or

Shanmuga Industries Arts & Science College T.V.Malai

(b) Differentiate between convenience goods and shopping goods.

வசதிப் பொருட்களை விற்பனைப் பொருட்களுடன் வேறுபடுத்துக.

13. (a) List the elements of physical distribution.

வழங்கல் வழியின் கூறுகளைப் பட்டியலிடுக.

Or

(b) Compare direct with indirect channels.

நேரடி மற்றும் மறைமுக சேனலை ஒப்பிடுக.

14. (a) Compare print media and electronic media.

அச்சு ஊடகத்தினை மின்னணு ஊடகத்துடன் ஒப்பிடுக.

Or

(b) Identify the types of digital marketing.

டிஜிட்டல் சந்தையிடுகையின் வகைகளைக் காண்க.

15. (a) List the main functions of sales force management.

விற்பனை படை மேலாண்மையின் முக்கியப் பணிகளைப் பட்டியலிடுக.

Or

(b) Differentiate between direct sales force and indirect sales force.

நேரடி விற்பனைபடை மற்றும் மறைமுக விற்பனை படை வேறுபடுத்துக.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Elaborate the components of micro environment.

நுண்ணிய சூழலின் கூறுகளை விவரி.

17. Explain the strategies of targeting.

சந்தையிடுகை இலக்கு உத்திகளை விவரி.

18. Explain the role of distribution channels in marketing.

சந்தையிடுகையில் வழங்கல் வழியின் பங்கினை விவரி.